

2018年度(2019年3月期)決算説明会 質疑応答

2019年5月14日

ライフネット生命保険株式会社

2018年度決算に伴う説明会における質疑応答の概要を開示します。

<開催概要>

開催日時:2019年5月14日(火曜日)午後1時

回答者: 代表取締役社長 森 亮介

常務取締役 執行役員 コーポレート本部長 逆井 幹則

取締役 執行役員 経営戦略本部長 木庭 康宏

Q 2018年度の解約失効率6.6%はやや高いと思うが要因は何か。どのような対策をとっているか。

(森) 2017年度からわずかに増加している主な要因としては、当社の場合、契約後1年目の解約率が2年目以降に比べるとやや高い傾向にある。つまり、保有契約に占める当年度の新契約の比率が高くなると、解約数も多少増加傾向となる。2018年度は、新契約業績が特に好調な1年間であったため、解約失効率に対しても一定の影響が出ていると考えている。ただし、過去10年間の解約失効率は、概ね6%台中頃の水準で推移していることから、2018年度の解約失効率に対して大きな懸念や危機感を持っているわけではない。

一方で、1年目の解約が2年目以降に比べてやや多い理由として、お客さまの加入時点での生命保険の必要性や商品に対する納得感が、加入後に一定程度なくなってしまうためではないかと感じている。お客さまが生命保険を検討する際に、商品に対する納得感や正しい理解をされる検討プロセスを提供することが、生命保険会社として大変重要であると考えているので、今後も努力を続けていきたい。

Q 契約者が解約する理由を把握しているか。ライフネット生命の商品は、シンプルでインターネットでの加入に適しており、若い方々にも販売しやすいと思っている。もし他社への乗り換えが起きているのであれば何か戦略を考える必要があるのではないか。

(森) 当社の解約手続きは、インターネット上で簡単に行うことが可能であり、その際に、任意のアンケートに回答いただいている。解約の理由は、たとえば家族形態の変化により保障が不要となったというお客さまや、一定数は他社商品へ乗り換えする方もいる。また、当社商品に不満を持ち解約する方もゼロではないため、アンケートから得られるお客さまの声に耳を傾け、長期にわたってお客さまと良好な関係を築けるように努めていきたい。

Q [2018年度決算補足資料\(2018年度決算のお知らせ\)3ページ](#)「商品別保有契約高」の年換算保険料について、ライフネット生命は定期死亡保険の割合が高いものの終身医療保険も一定程度の割合を占めている。定期死亡保険の保険期間は基本的に10年が多いのではないかと考えるが、将来的に終身医療保険が増加した場合のライフネット生命の負債の構造を教えてください。

(逆井) まず、将来の保有契約の構造は、現在、私たちが成長を目指している今後の新契約の構造に依存する部分が高いと考えている。また、当社は、定期死亡保険のうち、10年満期の割合は高いもののこれらは自動更新であり、現状は当社が想定していたより高い水準の更新率となっている。今後も、引き続き高い水準で更新率を維持できるように努めることが大きなポイントのひとつであると認識している。

Q 他の生命保険会社がインターネットチャネルを検討したり、異業種から生命保険業界に参入したりといった話を聞くことがある。現在の市場の競争環境をどのように考えているか。

(木庭) 市場環境は、常に注視している。例えば、当社内で設定したKPIが、競合他社の参入などによってどのように影響を与えられているかを確認している。さらに競合他社の動向を注視するとともに、その動向に対する取組みについても検討していきたいと考えている。競争力の観点から言えば、当社は生命保険会社ではあるものの、UI(ユーザーインターフェイス)やUX(ユーザーエクスペリエンス)といったインターネットビジネスの要素を重要視して対応しており、これらを注視し続けている経験は当社の強みであると考えている。

異業種については、当社はKDDI株式会社(以下、KDDI社)とホワイトレーベルの商品を販売するなど、競合というよりは協業していくビジネスパートナーとして注目している。

Q 2019年度から採用予定の修正共同保険式再保険について、ライフネット生命が再保険会社に支払うリスクチャージの規模はどの程度か。2019年度に採用することとなった理由を教えてください。

(森) ご指摘のとおり、今回の再保険取引には一定のリスク移転に伴うリスクチャージが発生しており、それが当社の実質的なコストとなる。当社は、当再保険取引をいわゆる資本の増強の手段と位置づけて実施する予定だが、その他の手段、例えば増資の調達コスト等と比べると低いコストであると認識をしている。今年度の採用となった主な背景は、2018年度から新契約が力強く伸長していることで新契約費の負担がかなり大きくなっていることである。加えて、2018年度の新契約から責任準備金の積立方式が5年チルメル式から標準責任準備金へ移行していることも影響を受けている。昨年度の新契約からは標準責任準備金で積み立てていることに加え、既契約においては5年チルメル式の積み立て負担が増加する期間でもある。当再保険取引の実施により、資本の十分性を確保しながら、今後も当社が営業費用を積極的に投下する方針であることを資本市場の皆さまにご理解いただきたい。

Q 譲渡制限付株式報酬制度について、連動させる具体的な業績指標は何か。

(木庭) 当社は、任意の指名・報酬委員会において、コーポレートガバナンス・コードや経済産業省が公表しているガイドライン『「攻めの経営」を促す役員報酬』などを参考にしながら、株式報酬制度の導入を議論してきたことを踏まえて、今回の導入に至った。新経営方針において、経営指標としたヨーロッパ・エンベディッド・バリュー（以下、EEV）を支える経営指標は複数あるため、1つの指標に絞ることが難しい側面と、EEVが株価と連動する部分もあると考えることから、総合的に判断した内容となっている。

(森) 報酬制度の考え方として、固定報酬の基本となるキャッシュの部分、短期的な業績連動の部分、長期的な株式報酬の部分大きく分けて検討してきた。従来、当社の取締役の報酬体系はキャッシュベースの固定報酬のみだったため、今回は長期のインセンティブとしての株式報酬を導入したということが大きな変化である。本年の株主総会にお諮りするものは連動させる業績指標は含まれていない。今回は、まずは、業績連動ではなく、株主の皆さまと同じ株価の変動を我々取締役の報酬体系の中に織り込んでいくことを重視した。

(ご参考)リリース「[譲渡制限付株式報酬制度導入のお知らせ](#)」

Q 修正共同保険式再保険について、ライフネット生命は再保険会社に対して出再する対象契約を事前に決めているのか。

(逆井) 現時点では、最終的な契約を締結しておらず、出再の内容について協議中である。

Q [決算説明資料 31 ページ](#)の出再有のイメージのとおり、毎年費用負担があるため、修正共同保険式再保険の取引を継続的に行うことは、当再保険の効果を薄めてしまう印象を受けるが、実施期間は定めているか。

(逆井) 現時点では、来年度以降の出再は未定である。まずは2019年度の新契約の一部に対して出再を行う予定であり、来年度以降の新契約の伸長及びそれによる資本への影響の度合を見極めながら、その後の出再の継続を考えていきたい。

Q 修正共同保険式再保険の取引は、EEVにマイナスの影響を与えるか。

(逆井) 当再保険取引によるリスクチャージ相当分が実質的なコストとなるものの、EEVには大きな影響は与えない構造である。

Q ソルベンシー・マージン比率が2,000%超ある状況で、なぜ資本の増強を考えたのか。

(森) 当社の資本の十分性について、ソルベンシー・マージン比率という法定の観点と、法定会計上の純資産あるいは実質純資産の額の両方を確認している。現在のソルベンシー・マージン比率は十分な水準であるものの純資産110億円の当社が、業績予想として経常利益をマイナス20億円としている中で、資本の十分性について一定の見解を示すことが、新契約業績の伸長を優先させEEVを増大させるという現在の方針を理解していただくために必要であると考えた。

Q 新契約業績は、2019年2月をピークに減少トレンドになっているが、理由は何か。また、5月以降の傾向をどのように予測しているか。

(森) 2月以降、新契約業績は、対前月比を少し下回って推移している。当社の新契約業績のトレンドは、季節性や各月のプロモーション等の状況に大きく影響を受ける。そのため、対前年同月比の成長を重視している。その上で、対前月比も伸長できると尚良いと考えている。4月は、3月の業績に比べやや減少しているものの、対前年同月比では、年換算保険料で147%と、約50%増加できており、新契約業績の伸長は継続できていると認識している。対前月比の減少トレンドに対して対応していく必要はあるものの、基本的には毎月の新契約業績は対前年同月比を軸にご覧いただきたい。

Q 経済産業省が実施する「キャッシュレス・消費者還元事業」について、登録決済事業者としてKDDI社が入っている。これにより、例えば「auの生命ほけん」の保険料をカードで支払うと契約者に還元されるようになるのか。

(木庭) 保険会社は、本事業の補助の対象とならないため、ご契約者へポイント等は還元されないと認識している。

Q [決算説明資料3ページ](#)に主な成果として、新商品の投入やスマホサービスの拡充等を挙げているが、今後、新契約業績の伸長を加速させるためにどのような施策を検討しているか。

(木庭) これまでは、主に当社ウェブサイトへの来訪者数を増加させることに加え、商品数を拡充するとともに主力商品である定期死亡保険を含め既存商品の競争力を高めることを進めてきた。今後も新契約業績を伸長させるためには、引き続き、商品数の充実や競争力の向上に取り組んでいきたい。また、販売チャネルにおいても当社商品を取り扱う代理店を増やしたり、KDDI社のようなブランド力のあるパートナーを活用してホワイトレーベルの商品を販売したりすることで、より多くのお客さまに当社の商品・サービスを届けていきたいと考えている。

以上